

## **BAB II**

### **LANDASAN TEORI**

#### **A. Manfaat**

Pengertian manfaat dalam Kamus Besar Bahasa Indonesia adalah guna; faedah, laba ; untung.<sup>1</sup>

Dari pengertian di atas maka dapat dikatakan bahwa manfaat-manfaat yang diperoleh itu tentunya akan menyebabkan perubahan terhadap suatu fungsi tertentu dalam suatu pranata.<sup>2</sup>

#### **B. Jejaring Sosial**

Mengapa disebut jejaring sosial oleh karena aktivitas sosial ternyata tidak hanya dapat dilakukan di dalam dunia nyata (*real*) tetapi juga dapat dilakukan di dunia maya (*unreal*). Setiap orang dapat menggunakan jejaring sosial sebagai sarana berkomunikasi, membuat status, berkomentar, berbagi foto dan video layaknya ketika berada dalam lingkungan sosial. Hanya saja medianya yang berbeda.<sup>3</sup>

##### 1. Fungsi Jejaring Sosial

Jejaring sosial merupakan suatu layanan dari sebuah cakupan dari sistem *software* yang memungkinkan pengguna dapat berinteraksi dan berbagi data dengan pengguna yang lain dalam skala yang besar. Adapun

---

<sup>1</sup> Departemen Pendidikan Nasional, *Kamus Besar Bahasa Indonesia*, Jakarta: Balai Pustaka, 2007, hlm. 710.

<sup>2</sup> <http://repository.widyatama.ac.id>

<sup>3</sup> *Ibid.*, hlm.78.

karakteristik dari sebuah *social software* untuk jejaring sosial adalah memiliki open Apls, desain arsitektur yang berbasiskan service-oriented (SOA), dan kemampuan untuk upload data maupun media.

Jejaring sosial pada umumnya memiliki fungsi yang dapat dimanfaatkan oleh pengguna dalam hal:<sup>4</sup>

- a. Memperluas interaksi berdasarkan kesamaan nilai yang dimiliki masing-masing individu, kesamaan karakteristik, ataupun pernah berinteraksi dalam kurun waktu tertentu, sehingga melahirkan nostalgia yang dapat dirasakan bersama.
- b. Menambah wawasan atau pengetahuan dengan sarana *Information Sharing* dan *Comment*.
- c. Pencitraan atau memasarkan diri dalam arti positif, dalam hal ini juga berkaitan dengan *prestise* dan kemauan untuk *update* teknologi informasi.
- d. Media transaksi dan pemikiran dalam hal perdagangan, politik, budaya, bahkan dimungkinkan juga di bidang pendidikan.

Umumnya jejaring sosial memberikan layanan untuk membuat biodata pengguna. Pengguna dapat meng-*upload* foto, dan menjadi teman dengan pengguna lainnya. Beberapa jejaring sosial memiliki fitur tambahan seperti pembuatan grup untuk dapat saling *sharing* di dalamnya.

---

<sup>4</sup>Dwi Agung Nugroho, *op.cit.*, hlm. 103.

Salah satu penelitian tentang jejaring sosial, salah satunya Ofcom mengeluarkan laporan ilmiah kuantitatif dan kualitatifnya tentang jejaring sosial. Penelitian tersebut membahas perilaku, sikap, dan cara penggunaan jejaring sosial.

Dalam penelitian tersebut, dijabarkan kategori pengguna situs jejaring sosial:<sup>5</sup>

*a. Alpha Socializers.*

Tipikal pengguna yang ramai-ramai hanya pada saat bergabung. Ia mencari kenalan kesana kemari, mengkontak temannya teman. Ia merasa lebih aman mencari temannya teman, dibanding langsung berkenalan dengan orang asing. Jumlahnya minoritas, pria berusia di bawah 25 tahun.

*b. Attention Seekers*

Tipikal pengguna yang suka mencari perhatian, terkadang dengan cara yang ekstrim, seperti memasang foto yang provokatif. Ia gemar mengumpulkan teman sebanyak-banyaknya, meski ia hanya mau berinteraksi dengan sebagiannya saja. Aktivitas di dunia online memberinya kesempatan besar sebagai ajang pamer diri. Kebanyakan wanita dari usia remaja hingga 35 tahun.

*c. Followers*

Tipikal ikut-ikutan kemana temannya berada, tujuannya bergabung lebih ke trend. Ini banyak berlaku umum untuk pria dan wanita di banyak jenjang usia.

---

<sup>5</sup>*Ibid.*, hlm.104

d. *Faithful*

Tipikal pengguna yang memiliki kepercayaan diri tinggi. Ia sudah merasa nyaman dengan kondisi sosial yang dimilikinya sekarang. Jejaring sosial lebih sebagai alat baginya untuk mencari kontak teman-temannya yang lama. Tipikal ini kebanyakan didapat pada mereka yang berusia di atas 20 tahun.

e. *Functional*

Tipikal pengguna melihat jejaring sosial dari satu kebutuhan saja, misal: mencari grup musik, mencoba fitur. Ia kurang tertarik untuk berkomunikasi dengan pengguna lain atau meninggalkan komentar. Pertemanan dalam jejaring sosial hanya terbatas pada orang yang ia kenal dan punya kesamaan minat atau hobi. Jumlahnya minoritas, pria di atas 20 tahun.

## 2. Dampak Jejaring Sosial<sup>6</sup>

Merebaknya situs jejaring sosial di internet seperti *facebook*, *friendster*, *MySpace*, *Twitter*, *Youtube*, *Flickr*, telah menimbulkan efek baru dalam kehidupan manusia dewasa ini, hadirnya jejaring sosial yang membumi membawa dampak positif dan juga negatif, selain itu situs jejaring sosial membuat orang lebih senang menghabiskan waktunya untuk berlama-lama di depan laptop, komputer, blackberry, smartphones atau bahkan di warnet. Akses ke media ini telah mengalami revolusi yang sangat besar, dimanapun dan kapanpun di penjuru dunia.

---

<sup>6</sup>*Ibid.*, hlm. 158.

a. Dampak positif jejaring sosial

Jejaring sosial mempunyai dampak positif yakni memperluas hubungan. Tentu dengan menggunakan sebuah jejaring sosial pengguna akan dapat memperkaya hubungan dan persahabatan serta memperluas jaringan ke seluruh pelosok nusantara bahkan hingga ke mancanegara, meski sebagian besar di antaranya tidak pernah mereka temui secara langsung.

Selain itu untuk anak-anak dan remaja dapat belajar mengembangkan keterampilan teknis dan sosial yang sangat dibutuhkan di era digital seperti sekarang ini. Mereka akan belajar bagaimana cara beradaptasi, bersosialisasi dengan publik dan mengelola jaringan pertemanan, termotivasi untuk belajar mengembangkan diri melalui teman-teman yang mereka jumpai secara online, karena disini mereka berinteraksi dan menerima umpan balik satu sama lain. Situs jejaring sosial membuat anak, remaja dan orang dewasa menjadi lebih bersahabat, perhatian dan empati. Misal memberikan perhatian saat ada teman mereka yang berulang tahun, mengomentari foto, video dan status.

b. Dampak negatif jejaring sosial

Pertama, dapat berbahaya sebagai akibat simple atau mudah untuk proses pendaftaran dan melibatkan identitas personal sehingga dapat membahayakan. Misalnya pencurian ID (identitas) seseorang di

internet oleh pihak yang tidak bertanggungjawab dan digunakan untuk keperluan yang tidak semestinya.

Kedua, kecanduan. Percaya atau tidak jejaring sosial dapat mengakibatkan kecanduan bagi para penggunanya secara tidak langsung.

Ketiga, dapat menyebabkan anti sosial. Bahwa pengguna dapat menjadi antisosial apabila memaknai semua itu secara berlebihan, dapat dibayangkan apabila pengguna duduk berjam-jam hanya untuk mengomentari teman lewat layar komputer dibandingkan dengan bertemu langsung dan duduk bersama dan dikhawatirkan lama kelamaan fungsi sosial dapat tergantikan oleh digitalisasi melalui situs jejaring sosial ini.

Situs jejaring sosial juga berdampak negatif bagi anak dan remaja, diantaranya: *pertama*, anak dan remaja menjadi malas belajar berkomunikasi di dunia nyata. Tingkat pemahaman bahasa pun menjadi terganggu. Jika anak terlalu banyak berkomunikasi di dunia maya, maka pengetahuan tentang seluk beluk berkomunikasi di kehidupan nyata, seperti bahasa tubuh dan nada suara menjadi berkurang.

*Kedua*, situs jejaring sosial akan membuat anak dan remaja lebih mementingkan diri sendiri. Mereka menjadi tidak sadar akan lingkungan di sekitar mereka, karena kebanyakan menghabiskan waktu

di internet. Hal ini dapat mengakibatkan anak menjadi kurang berempati di dunia nyata.

*Ketiga*, situs jejaring sosial membuat anak dan remaja rentan terhadap sensasi. *Keempat*, bagi anak dan remaja, tidak ada aturan ejaan dan tata bahasa di situs jejaring sosial. Hal ini akan membuat mereka semakin sulit untuk membedakan antara berkomunikasi di situs jejaring sosial dan di dunia nyata. Hal ini tentunya akan mempengaruhi keterampilan menulis mereka di sekolah dalam hal ejaan dan tata bahasa.

Namun pada realitasnya di negeri ini, banyak sekali terjadi penyimpangan terhadap pemanfaatan situs jejaring sosial tersebut, seperti timbulnya perselingkuhan, pembohongan publik, penipuan, asusila, transaksi negatif, *cyber crime*. Contoh tersebut hanyalah sekelumit kecil bagaimana situs jejaring sosial yang seharusnya dimanfaatkan secara optimal melainkan dipergunakan ke arah yang sangat menyimpang, sangat ironis terhadap generasi muda yang akan menerima perkembangan kemajuan teknologi khususnya internet.

### 3. Macam-macam Jejaring Sosial

Ada banyak jejaring sosial, namun ada beberapa jejering sosial yang cukup familiar antara lain:

#### a. *Twitter*

*Twitter* adalah sebuah situs web yang dimiliki dan dioperasikan oleh Twittera Inc., semacam jejaring sosial berupa mikroblog sehingga

memungkinkan penggunanya untuk mengirim dan menerima pesan yang disebut kicauan (*tweets*). Kicauan dapat dilihat dari luar, namun pengirim dapat membatasi pengiriman pesan ke daftar teman-teman mereka saja. Pengguna dapat melihat kicauan penulis lain yang dikenal dengan sebutan pengikut. Selain dapat digunakan melalui perangkat komputer juga yang paling sering digunakan oleh pengguna saat ini melalui aplikasi telepon seluler, atau dengan pesan singkat (sms) yang tersedia di negara-negara tertentu, namun saat ini hampir di semua negara aplikasi sudah tersedia.<sup>7</sup>

Di Indonesia, *twitter* sangat populer. Terlebih lagi, kemudahan yang disediakan oleh telepon seluler yang ada serta aplikasi yang mendukung. Hal ini membuat Indonesia menduduki peringkat ke enam sebagai negara dengan pengguna *twitter* terbanyak, meski Amerika masih menjadi negara nomor satu untuk urusan *twitter*. Banyak yang mengatakan bahwa *twitter* adalah cara yang baik untuk tetap berhubungan dengan teman-teman. Namun, beberapa pengguna merasa terlalu terhubung, karena mereka selalu menerima pesan yang tidak relevan dengan kebutuhan mereka.<sup>8</sup>

#### b. *Youtube*

*Youtube* adalah sebuah situs web *video sharing* (bagi video) populer di mana para pengguna dapat memuat, menonton, dan berbagi klip video secara gratis. Umumnya video-video di *youtube* adalah klip

---

82. <sup>7</sup>Apriadi Tamburaka, *Literasi Media*, (Jakarta: PT. Raja Grafindo Persada, 2013), hlm.

<sup>8</sup>*Ibid.*, hlm. 83.

musik (video klip), film, TV, serta video buatan para penggunanya sendiri.<sup>9</sup>

*Youtube* memungkinkan siapa saja dengan koneksi internet untuk mengunggah video dan penonton dari seluruh penjuru dunia dapat menikmatinya hanya dalam beberapa menit. Keanekaragaman topik yang ada di *youtube* membuat berbagi video menjadi salah satu bagian yang penting dalam kultur berinternet. Pada 9 oktober 2006 Youtube dibeli Google dengan harga US\$ 1,65 miliar.<sup>10</sup>

c. *Facebook*

Sejak diluncurkan pada Februari 2004, *facebook* kini memiliki pengguna hingga mencapai 600 juta pengguna aktif. Pengguna dapat membuat profil pribadi, meminta dan menambahkan pengguna lain sebagai teman, melakukan pertukaran pesan lewat *chat*, membuat status terbaru dan penerimaan pemberitahuan. Selain itu juga dapat membuat dan bergabung dalam grup dengan karakteristik tertentu.

Pada april 2010, menurut *the New York Times*, merilis laporan berita bahwa beberapa negara yang memiliki pengguna *facebook* terbanyak seperti Amerika Serikat, Inggris, dan Indonesia. Indonesia telah menjadi negara dengan jumlah pengguna *facebook* terbanyak kedua di dunia setelah Amerika Serikat dengan populasi sekitar 24 juta pengguna atau 10 persen dari total penduduk Indonesia.

---

<sup>9</sup>*Ibid.*

<sup>10</sup>*Ibid.*, hlm. 84.

d. *Friendster*

Friendster yang dikelola perusahaan Friendster Inc, didirikan pada tahun 2002 berkantor pusat di Silicon Valley, California, Amerika Serikat. Pendirinya adalah Jonathan Abrams, yang sekaligus kreator dari Friendster. Jonathan sebelumnya adalah pendiri dan CEO HotLinks. Ia pun pernah menjabat sebagai senior engineering pada perusahaan internet terkenal Netscape dan Nortel. Abrams sendiri adalah lulusan Computer Science dari McMaster University.

Ketika perkembangan Friendster memperlihatkan tanda-tanda kemajuan, pengelolanya mendapat suntikan dana US\$ 13 juta dari berbagai investor. Hingga 2006, pengguna Friendster diperkirakan mencapai 20 juta orang dari berbagai belahan dunia.<sup>11</sup>

Dari sekian banyak situs tersebut, *facebook* merupakan situs yang paling banyak digunakan oleh masyarakat Indonesia. *Facebook* masih berada di posisi teratas untuk jumlah pengguna aktif di dunia. Terhitung Januari 2016, *facebook* telah memiliki 1,59 Miliar pengguna di seluruh dunia. Salah satu negara dengan jumlah pengguna *facebook* secara aktif adalah Indonesia. Jumlah pengguna aktif bulanan *facebook* di Indonesia mencapai kisaran 82 juta orang pada kuartal-IV 2015, sebagian besar adalah remaja usia 15-19 tahun.

---

<sup>11</sup>Dwi Agung Nugroho, *Opcit.*, hlm. 103.

### **C. Facebook**

#### **1. Sejarah Facebook**

*Facebook* pertama kali didirikan oleh Mark Zuckerberg dengan nama asli "*the facebook*" ketika ia kuliah di Harvard University dan bermula dari sebuah hobi dengan dukungan dana awal dari Eduardo Saverin. Selama berbulan-bulan *facebook* telah melintasi ruangan-ruangan di Harvard University dengan sangat baik diterima. Begitu pula segera setelah itu menyebar ke Yale dan Stanford dan diterima dan tersebar secara luas. Pada awal pendirian *the facebook* ini Mark Zuckerberg dibantu oleh kedua rekannya mahasiswa Harvard Dustin Moskovitz dan Chris Hughes untuk membantunya meningkatkan websitenya ke level yang lebih tinggi. Setelah mahasiswa dan *the facebook* menjadi sebuah fenomena Zuckerberg dan Moskovitz keluar dari Harvard untuk meneruskan pengembangan website dan kegemarannya.<sup>12</sup>

Pada tahun 2005 *the facebook* secara resmi berubah nama menjadi *facebook* hingga saat ini. Pada bulan Agustus 2006, *facebook* meluncurkan *free developer API* untuk memungkinkan Developers membuat widges, mashups, tools, dan projects untuk *facebook*.

---

<sup>12</sup>*Ibid.*, hlm.118.

## 2. Fasilitas Facebook



Gambar 02. Fasilitas facebook. (Sumber: Dokumentasi)

### a. Pesan

Dalam menu ini, pengguna bisa mengirim pesan kepada teman pengguna.

### b. Profile

Link menuju profile pengguna. Untuk mengubah info pribadi, *upload* foto profile, share link, menambah foto atau video, juga menulis note (artikel).

### c. Tentang

Di menu ini, pengguna bisa menuliskan data tentang dirinya, seperti alamat rumah, tempat kerja, alamat email juga nomor telepon.

d. Foto

Pengguna bisa menambahkan atau menyimpan foto, dan melihat foto pengguna lain.

e. Teman

Fungsinya untuk menampilkan daftar teman yang baru ditambahkan, yang sudah ditambahkan, dan juga bisa mengundang teman baru.

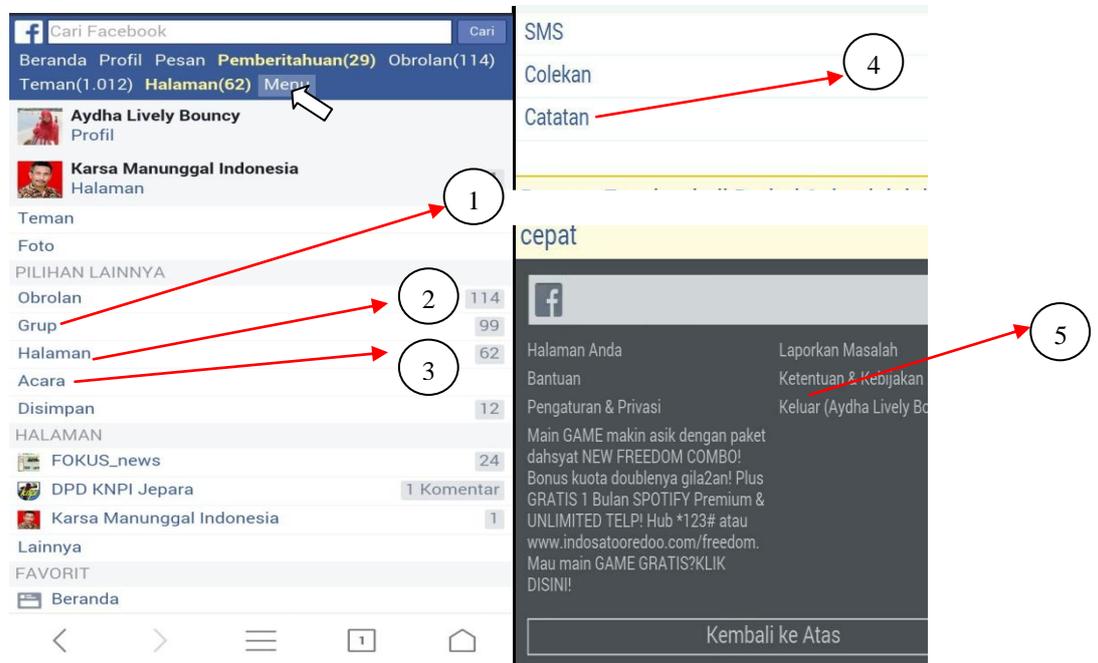
f. Form pencarian

Mencari akun *facebook* teman bisa menggunakan form pencarian.

g. *Update Status, upload* foto, atau video

*Facebook* memfasilitasi penggunanya untuk meng-*update* status barunya, meng-*upload* foto, juga video yang diinginkan.

## h. Menu



Gambar 03. Aplikasi yang ada dalam ikon menu *facebook*.

(Sumber: Dokumentasi)

### 1) Grup

Dengan aplikasi ini, pengguna dapat membuat group, tempat berkumpulnya para pengguna *facebook* yang memiliki ketertarikan yang sama. Pengguna juga bisa bergabung dengan group orang lain. Dengan group, pengguna bisa berdiskusi via *discussion board*, “mendata” penggemar pengguna, mengupload foto dan video, menulis wall, dan memposting item.

2) Halaman

Halaman dapat digunakan untuk keperluan bisnis pengguna, misalkan toko buku, penyanyi, tokoh politik, dan profesi lainnya.

3) Acara

Pengguna bisa mengisi *event* atau kegiatan yang diinginkan untuk diketahui pengguna lain. Misalkan ada seminar atau *launching* produk, pengguna bisa mengisi *event* dan pengguna lain dapat melihatnya.

4) Catatan (*note*)

Bagi pengguna yang hobi menulis, hasil karya tulisannya bisa disimpan di menu catatan. Catatan ini akan dibaca oleh pengguna lain.

5) Keluar

Menu untuk mengakhiri *facebook* atau mengeluarkan akun dari *facebook*.

3. Manfaat *Facebook*

Secara umum, *facebook* memiliki manfaat yaitu sebagai berikut:

a. Sebagai media komunikasi

Memperbanyak teman. Karena pada dasarnya situs jejaring sosial semacam *facebook* memang dimaksudkan untuk mencari dan memperbanyak teman. Tapi ini juga tergantung pada motivasi seseorang dalam menggunakan *facebook*. Ada beberapa orang

membuat akun *facebook* hanya sekedar mengikuti *trend* saja, atau hanya sebagai syarat agar tidak disebut remaja kurang pergaulan.<sup>13</sup>

Bertemu teman lama. Akun *facebook* adalah salah satu sarana untuk bertemu kembali dengan teman lama. Baik itu teman SMP, SMA maupun teman yang bertemu melalui jejaring sosial lain.

Saling mengirim pesan kepada pengguna lain. *Facebook* memiliki fasilitas pesan yang bisa digunakan pengguna untuk *chatting*.

b. Sebagai media pembelajaran

Menurut Latuheru yang ditulis dalam blog milik Devid Haryalesmana Wahid bahwa media pembelajaran adalah bahan, alat atau teknik yang digunakan dalam kegiatan belajar mengajar dengan maksud agar proses interaksi komunikasi edukasi antara guru dan siswa dapat berlangsung secara tepat guna dan berdaya guna.<sup>14</sup>

*Facebook* bisa digunakan sebagai media pembelajaran antara siswa dengan gurunya, atau dosen dengan mahasiswanya. Karena terkendala lokasi yang jauh, *facebook* bisa menjadi alternatif media yang tepat untuk pembelajaran.

---

<sup>13</sup>Risna Apriani, Skripsi *Pengaruh Media Sosial Facebook Pada Siswa Kelas IX Di Madrasah Tsanawiyah Raudhatul Mu'allimin Islamiyah Darul Abror Bekasi*, Jakarta: Universitas Islam Negeri Syarif Hidayatullah, 2014, hlm. 22.

<sup>14</sup><https://sanurfransiskus.wordpress.com/2014/07/17/manfaat-media-facebook-sebagai-media-pembelajaran/>, dikutip tanggal 21 maret 2017, 15:20.

c. Sebagai media informasi

*Facebook* bisa menjadi media untuk menyampaikan atau mendapatkan berbagai informasi-informasi penting, seperti informasi politik, informasi hiburan, sosial dan lain sebagainya. Dengan adanya *facebook*, pengguna bisa mengetahui atau mendapatkan informasi yang dibutuhkan.

Sarana diskusi. Dengan *facebook* pengguna bisa bertukar pikiran dengan sangat mudah. Pertukaran informasi difasilitasi dengan baik. Contohnya ketika pengguna butuh sesuatu atau ingin tahu tentang sesuatu, pengguna tinggal menuliskan dalam status maka akan banyak respon dari pengguna lain. Untuk melakukan diskusi, pengguna juga bisa bergabung di berbagai komunitas atau grup.<sup>15</sup>

d. Sebagai media hiburan

Menurut Kamus Besar Bahasa Indonesia, arti kata hiburan adalah sesuatu atau perbuatan yang dapat menghibur hati (melupakan kesedihan).<sup>16</sup>

Dengan menggunakan *facebook*, pengguna bisa merasa terhibur, mengurangi kepenatan, dan menghindari stress. Berbincang dengan teman-teman, *meng-update* status baru, *upload* foto diri, mengomentari status orang lain, dan bermain *game*, bisa

---

<sup>15</sup><http://id.wikipedia.org/wiki/Facebook>, dikutip tanggal 21 Maret 2017, 15:15.

<sup>16</sup>Departemen Pendidikan dan Kebudayaan, *Kamus Besar Bahasa Indonesia*, Jakarta: Balai Pustaka, 1999, hlm. 349.

menjadi obat stress yang ampuh setelah seharian berkutat dengan pelajaran di sekolah.

e. Sebagai media promosi dan bisnis

Menurut Mc Charey, yang ditulis Liaa Herliani dalam Jurnal ilmu komunikasi yang berjudul Analisis Pemanfaatan Situs Jejaring Sosial *Facebook* Sebagai media Promosi Anggota Busam, promosi merupakan kegiatan mengkomunikasikan informasi dari penjual kepada pembeli dalam saluran untuk mempengaruhi sikap dan perilaku.<sup>17</sup>

Seperti contoh *facebook* bisa digunakan untuk promosi situs web atau blog. Tujuannya tentu agar blognya semakin dikenal dan semakin banyak pengunjunnya.

Selain itu juga *facebook* bisa digunakan untuk sarana bisnis, misalkan dengan cara mempromosikan barang produksi di *facebook*.

f. Media penyimpanan data

Selain sebagai media berbagi informasi, komunikasi, bisnis, *facebook* juga bisa digunakan sebagai media penyimpanan data berupa file-file, video, ataupun foto.

Di *facebook* juga terdapat fasilitas *note* untuk menampung hobi pengguna dalam tulis menulis. Bisa sekedar menulis puisi,

---

<sup>17</sup>Lia Herliani, Analisis Pemanfaatan Situs Jejaring Sosial Facebook Sebagai Media Promosi Anggota Busam (Bubuhan Samarinda), *Jurnal IlmuKomunikasi*, Universitas Mulawarman, 2015, hlm. 219.

opini, tips atau tulisan lainnya. Data tersebut akan tersimpan dengan aman di *facebook*.

Selain memiliki sisi positif, *facebook* tentu memiliki sisi negatif bagi penggunanya. Adapun beberapa sisi negatif yang dimiliki atau yang disebabkan oleh *facebook*:<sup>18</sup>

a. Tidak peduli dengan sekitarnya

Orang yang sudah kecanduan *facebook*, akan asyik dengan dunianya sendiri (dunia maya) sehingga tidak peduli dengan orang lain dan lingkungan di sekitarnya.

b. Kurangnya sosialisasi dengan lingkungan

Ini dampak dari seringnya bermain *facebook*. Ini cukup mengkhawatirkan bagi perkembangan kehidupan sosial remaja. Mereka yang seharusnya belajar sosialisasi dengan lingkungan justru lebih banyak menghabiskan waktu lebih banyak di dunia maya bersama teman-teman *facebook* nya, yang rata-rata membahas sesuatu yang kurang penting. Akibatnya kemampuan verbal remaja menurun.

c. Pemborosan

Akses internet untuk membuka *facebook* jelas berpengaruh terhadap kondisi keuangan. Dan biaya internet di Indonesia yang cenderung masih mahal bila dibandingkan dengan negara lain. Ini sudah dikategorikan sebagai pemborosan, karena tidak produktif.

---

<sup>18</sup>*Ibid.*, hlm. 23. (Dikutip dari Dhidik. 2009. Dampak *Facebook*, (online), <http://dhidik.wordpress.com>).

d. Mengganggu kesehatan

Telalu banyak di depan monitor tanpa melakukan kegiatan apapun, tidak pernah olahraga sangat beresiko terhadap kesehatan. Penyakit akan mudah datang, dan penyakit mata adalah gangguan kesehatan yang paling mudah terjadi.

e. Berkurangnya waktu belajar

Telalu lama menggunakan *facebook*, akan mengurangi jadwal waktu belajar anak atau remaja sebagai pelajar. Bahkan ada beberapa yang masih asyik bermain *facebook* di sekolah.

f. Tersebarnya data pribadi

Beberapa pengguna *facebook* memberikan data-data mengenai dirinya dengan sangat detail. Mereka kurang mengetahui resiko menyebarkan data pribadi di internet.

g. Pornografi

Banyak sekali pengguna *facebook* yang menampilkan gambar, bahkan video yang berbau pornografi. Dan ini bisa merusak moral pengguna *facebook* yang masih remaja dan di bawah umur.

h. Rawan timbulnya perselisihan antar pengguna

Tidak adanya kontrol dari pengelola *facebook* terhadap para anggotanya, dan ketidakdewasaan pengguna *facebook* itu sendiri, membuat konflik antar pengguna sering kali terjadi.

i. Penipuan

Seperti halnya media sosial lain, *facebook* juga rawan terhadap penipuan. Bagi penipu, kondisi dunia maya yang serba anonim jelas sangat menguntungkan.